

ÎNDRUMAR

ABC MEDIA PENTRU PROFESORI



Autoare:

Cinzia Coșorean, profesor în învățământul primar, Școala Gimnazială Laslea, județul Sibiu
Daniela Niste, profesor în învățământul primar, Școala Gimnazială Cornel Regman Daneș, județul Mureș

Material disponibil gratuit în scopuri educaționale.

Anul publicării: 2026



Material realizat în cadrul proiectului „ABC media pentru copiii de la sat”, implementat de Asociația Casa Naturii și finanțat prin Fondul pentru un viitor mai bun în comunități, ediția 7.

Fondul pentru un viitor mai bun în comunități este un program național de susținere a inițiativelor comunitare pentru educație, dezvoltat de Federația Fundațiile Comunitare din România – FFCR cu sprijinul Lidl Romania și coordonat în Sibiu de Fundația Comunitară Sibiu.



pentru un
viitor mai bun
în comunități

Sprijinit de:



Coordonat de:



ffcr

FEDERAȚIA
FUNDAȚIILE COMUNITARE
DIN ROMÂNIA

Implementat în județul Sibiu prin:



01 Introducere

02 Ce este media?

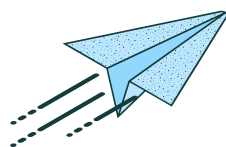
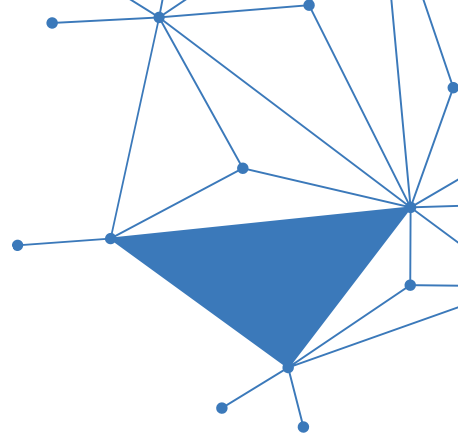
03 Libertatea de exprimare

04 Fapte și opinii

05 Limbajul persuasiunii. Dezinformarea și relația cu online-ul

06 Deconstrucția mesajelor. Verificarea informației

07 Securitatea online. Beneficiile și capcanele internetului



De ce educație media?

Într-o lume digitală în continuă schimbare, în care tot mai mulți oameni cad în capcanele internetului și devin victime ale fraudelor online, pierzând bani sau chiar date personale și identitatea digitală, capacitatea de a analiza și filtra informațiile devine esențială. În același timp, inteligența artificială generează conținut din ce în ce mai realist, care poate manipula, dezinforma sau induce în eroare utilizatorii de pe rețelele sociale. De aceea, este important să dezvoltăm gândirea critică, să verificăm sursele informațiilor și să învățăm să distingem între ceea ce este autentic și ceea ce este fals, pentru a ne proteja siguranța și prezența în mediul online.

Educația media contribuie la formarea unor „detectivi ai informației”, capabili să analizeze critic mesajele, să înțeleagă intențiile din spatele acestora și să identifice sursa și scopul comunicării. În același timp, îi sprijină pe elevi să își dezvolte propriile abilități de comunicare, într-un mod corect, responsabil și adaptat contextului. De asemenea, educația media oferă instrumentele necesare pentru a lua decizii informate, chiar și într-un mediu în care dezinformarea este prezentă și poate genera confuzie.

Formarea acestor competențe este un proces de durată, care presupune un demers educațional constant. Este o călătorie de învățare pe care o parcurgem împreună cu elevii, ale cărei efecte devin vizibile în timp. În acest sens, profesorii și elevii devin parteneri în construirea unei societăți în care tinerii utilizează media în mod responsabil, critic și creativ.

Scopul acestui demers este formarea unor cetățeni informați, capabili să utilizeze conținutul media într-un mod constructiv, bazat pe respect, empatie și spirit civic, fiind totodată protejați de riscurile mediului online.

Acest îndrumar a fost conceput ca o resursă dedicată cadrelor didactice care doresc să susțină dezvoltarea literației media. Alături de caietul elevului, reprezintă un material de sprijin care să îi însoțească în procesul de explorare și înțelegere a fenomenului media. Ne dorim ca acest material să devină un instrument util și atractiv, care să stimuleze curiozitatea, gândirea critică și responsabilitatea în raport cu informațiile.

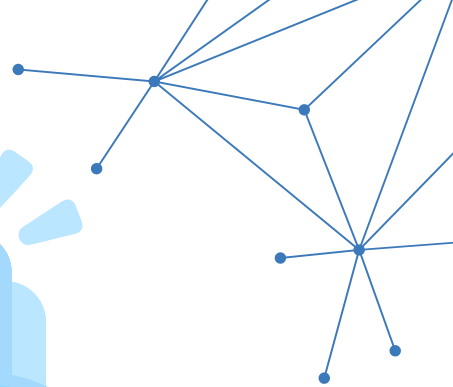
Prin activitățile propuse, elevii vor face pași importanți spre a deveni utilizatori conștienți și creatori responsabili de conținut, pregătiți să navigheze cu încredere și discernământ în lumea media, iar profesorii devin oameni resursă care îi pot sprijini pe elevi în procesul de transformare în cetățeni informați.



TRASEUL ÎNVĂȚĂRII: EDUCAȚIE MEDIA



2. Ce este media?



Întrebări esențiale:

Dacă toate ecranele din lume ar dispărea pentru o zi, prin ce alte metode ai mai putea primi informații?

Care este diferența dintre a „privi” la televizor și a „căuta” o informație pe internet?

Competențe:



Competențe generale A, B și D
(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

- A.1.1 Să apeleze la canale media diferite pentru informare, documentare, recreere, ținând cont de specificul și diversitatea acestora și de contribuțiile avute la propria dezvoltare;
- B.1.1 Să cunoască diversitatea de canale media, modele și forme de comunicare, tipuri de limbaje (scrise, audio, video, imagini);
- D.2.2 Să aplice regulile de explorare rațională a media pentru a avea un comportament adecvat și un consum mediatic echilibrat.

Obiective:



La finalul activității elevii vor fi capabili:



- O.1 Se definească conceptul de media și mass media.
- O.2. Să identifice cel puțin trei tipuri diferite de media din viața de zi cu zi.
- O3. Să identifice diferența dintre consumul de media activ și cel pasiv dintre situațiile date.



2. Ce este media



Definiție: Media este pluralul latinescului medium, care înseamnă „intermediar”, deci un canal prin care se transmit informații, iar mass-media reprezintă totalitatea canalelor de comunicare în masă.



Media este canalul prin care se transmit informațiile în jurul nostru. Prin mass-media ne informăm, ne formăm păreri și ni se formează credințe. Mesajele media ne înconjoară chiar și atunci când nu ne dăm seama.

Media= intermediar, canal de transmitere a informațiilor

Mass-media= totalitatea canalelor de comunicare în masă

Consumul de media se poate face în mod activ (ex. selectarea intenționată a unui canal urmărit la televizor), ori pasiv (ex. expunerea involuntară la un panou publicitar stradal).

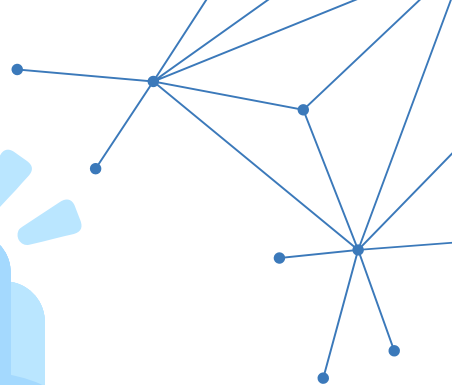


Roluri pe care le îndeplinește mass-media în societate:

- **Informare:** Prin mass-media aflăm ce se întâmplă în societate. Acest rol este îndeplinit mai ales de instituțiile de presă și de jurnaliști. În prezent, și rețelele sociale, create inițial pentru comunicare și divertisment, sunt tot mai des folosite pentru a obține informații.
- **Educare:** Mass-media oferă și conținut educativ, atât prin intermediul presei, cât și prin alte platforme, cum ar fi materialele educaționale disponibile online (de exemplu, pe YouTube).
- **Divertisment:** Pentru a ne relaxa și a scăpa de rutina zilnică, apelăm la conținut de divertisment. Mass-media ne pune la dispoziție acest tip de conținut, ușor de accesat și, de multe ori, aparent gratuit.
- **Socializare:** Mass-media contribuie și la procesul de socializare. Acest rol a devenit tot mai important odată cu dezvoltarea internetului și a rețelelor sociale, care ne ajută să comunicăm și să interacționăm cu ceilalți.



3. Libertatea de exprimare



Întrebări esențiale:

Unde se termină libertatea mea de a spune ce gândesc și unde începe dreptul celuilalt de a nu fi rănit sau păcălit?

Cum ar arăta lumea dacă de mâine nu ai mai avea libertate de exprimare?

Competențe:

Competențe generale C și D
(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

C.2.2 Să fie conștienți că diferitele tipuri de mesaje au canale și registre speciale de comunicare; să aleagă canalul adecvat de transmitere și formatul cel mai potrivit pentru livrarea și receptarea optimă a mesajelor;

D.1.4 Să aibă o atitudine echilibrată față de diversitate (grupuri sociale, persoane, opinii, valori, credințe) și să reflecte aceste credințe în mesajele distribuite în spațiul public; să înțeleagă modul în care aceste diferențe influențează raportarea la alcătuirea și decodificarea mesajelor;

D.1.5 Să cunoască și să își asume responsabil aplicarea în spațiul public a unor concepte cheie și elemente de responsabilitate socială (libertatea de exprimare, libertatea presei, dreptul la imagine, la viață privată, drept de autor).

Obiective:

La finalul activității elevii vor fi capabili:



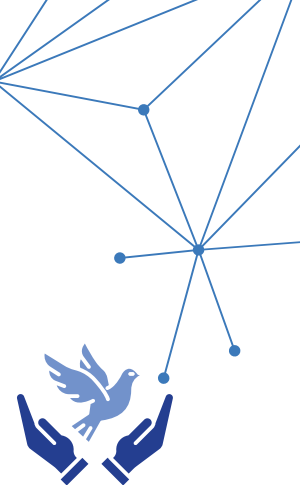
O.1 Să definească conceptul de libertate de exprimare.

O.2. Să identifice cel puțin trei forme ale libertății de exprimare.

O3. Să exprime un punct de vedere valid cu privire la importanța libertății de exprimare.

3. Libertatea de exprimare

Libertatea de exprimare este un drept fundamental, inviolabil, care garantează oricărei persoane posibilitatea de a-și exprima opiniile, ideile și credințele prin viu grai, scris sau imagini, interzicând cenzura de orice fel. Conform Art. 30 din Constituția României și Articolului 11 din Carta Drepturilor Fundamentale a UE, acest drept include libertatea presei și accesul la informații, având însă limite necesare pentru protejarea demnității și siguranței publice.



Scanează codul QR sau accesează linkul pentru a viziona videoclipul.
<https://www.youtube.com/watch?v=byp9wvGAMFo>



Componentă fundamentală a democrației, libertatea de exprimare ne oferă libertatea de a avea diverse opinii și de a le exprima, de a obține și de a comunica informații în cadrul societății.

Libertatea de exprimare este esențială atât pentru mass-media, cât și pentru societate, deoarece permite cetățenilor și jurnaliștilor să tragă la răspundere statul, instituțiile și politicienii pentru acțiunile lor, mai ales în situații legate de corupție sau conflicte de interese.

Deși acest drept este important pentru toți oamenii, el are o semnificație specială pentru jurnaliști și pentru cei care lucrează în mass-media, deoarece rolul lor este de a acționa ca un „câine de pază” al unei societăți democratice. Cu alte cuvinte, ei trebuie să aibă libertatea de a informa, de a critica și de a analiza activitatea statului și a instituțiilor sale.

Forme și tipuri de exprimare:

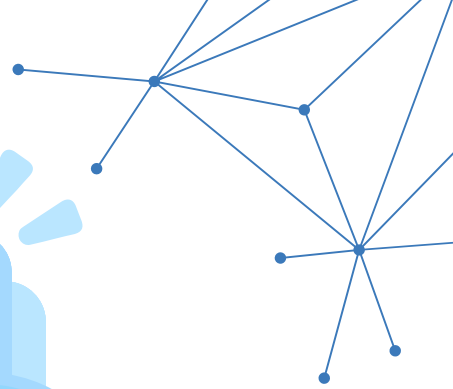
Acest drept include mai multe moduri de exprimare: vizual (imagini, fotografii, video), audio (muzică, cuvinte rostite) și prin acțiuni sau comportamente (spectacole, gesturi). Așadar, libertatea de exprimare se referă atât la comunicarea verbală, cât și la cea nonverbală. Ea protejează diferite tipuri de exprimare – politice, artistice, comerciale și altele.

Libertatea de exprimare apără inclusiv ideile și opiniile care pot fi neobișnuite, incomode sau chiar șocante, deoarece diversitatea de opinii și toleranța sunt esențiale într-o societate democratică.

Notă: Nu toate formele de discurs sunt protejate. De exemplu, mesajele care instigă la ură sau la violență nu sunt acceptate și nu beneficiază de această protecție.



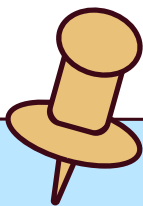
4. Fapte și opinii



Întrebări esențiale:

Cum ne dăm seama că un mesaj încearcă să ne „vândă” o părere deghezată în adevăr?

Competențe:



Competențe generale B
(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

1.2 Să distingă între diferite tipuri de mesaje și forme de comunicare, reușind să le utilizeze adecvat în funcție de contexte și de solicitări;

2. Analiză critică

- Să utilizeze într-o manieră reflexivă instrumentele de cercetare a mesajelor (comparare surse, interpretarea situațiilor, autentificarea informațiilor, distincția dintre fapte și opinii, plasare în contexte spațio-temporale adecvate) pentru a verifica validitatea, credibilitatea și calitatea conținuturilor;
- Să detecteze mesajele încărcate de stereotipuri, prejudecăți, discriminare, reprezentările șablonate ale lumii înconjurătoare.

Obiective:

La finalul activității elevii vor fi capabili:



O.1 Se definească conceptele de fapte și opinii.

O.2. Să identifice cel puțin trei caracteristici ale faptelor și opiniilor.

O3. Să diferențieze afirmațiile care exprimă fapte de cele care exprimă opinii.



4. Fapte și opinii



Trăim într-o lume în care informația este peste tot și suntem înconjuțați de conținut din toate direcțiile – de la mesajele primite de la prieteni, la videoclipurile de pe TikTok pe care le distribuim, știrile pe care le citim, reclamele de pe YouTube sau poveștile prezentate de influenceri în vloguri.

Toate aceste mesaje conțin informații care ne influențează alegerile de zi cu zi. De exemplu, putem decide să susținem o cauză după ce aflăm despre ea de la un influencer, să ne îmbrăcăm potrivit vremii după ce urmărim prognoza meteo sau să cumpărăm un produs recomandat de o persoană în care avem încredere.

Informațiile pot fi de două tipuri: fapte și opinii. Uneori, opiniile se bazează pe fapte reale.



Faptele prezintă împrejurări reale, acțiuni sau fenomene care pot fi observate sau verificate obiectiv, pot fi demonstrate obiectiv, în baza unor probe.

Sunt obiective și universale, apar la fel indiferent de cine le privește.

Sunt exprimate în termeni neutri și au cuvinte care ajută la identificarea lor: confirmă, dovedește, demonstrează etc.

Opiniile prezintă împresii, aprecieri sau interpretări asupra unui subiect/fapt.

Ele nu trebuie justificate. Sunt subiective, personale, putem fi sau nu de acord cu ele, pentru că pot diferi de la persoană la persoană, de la grup la grup.

Sunt exprimate în termeni emoționali și au cuvinte care ajută la identificarea lor: părerea mea, din punctul meu de vedere, a suspecta că etc.

Legitimitate

Conform Art. 30 din Constituția României toate opiniile sunt legitime, cu condiția să fie în limitele legalității. Asta înseamnă că oricine își poate exprima liber opinia despre orice subiect, chiar dacă nu suntem de acord cu ea.

În schimb, opiniile care promovează un discurs incitator la ură, ideologiile extremiste și care incită la discriminare etnică sau rasială, sunt interzise. Chiar dacă toate opiniile sunt legitime, acestea nu sunt mereu și pertinente.

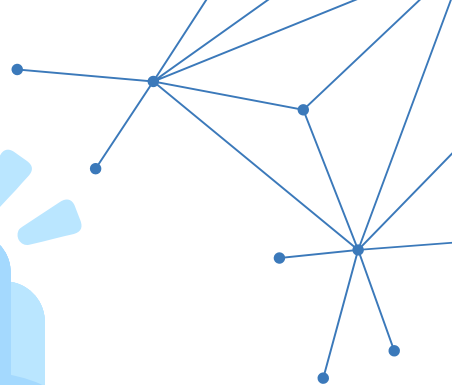
Pertinență

Pertinența unei opinii depinde de cât de bine cunoaște persoana domeniul despre care vorbește. De exemplu, opinia unui autor de romane SF despre compoziția unui vaccin anti-COVID este mai puțin relevantă decât cea a unui imunolog care a studiat acest subiect.

De asemenea, este important să nu confundăm faima cu expertiza. Faptul că o persoană este cunoscută nu înseamnă că are competențe sau cunoștințe în toate domeniile despre care își exprimă opinia.



5. Limbajul persuasiunii

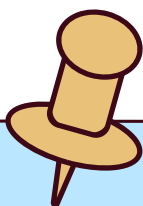


Întrebări esențiale:

Cum îmi dau seama ce tip de mesaj primesc și cum aleg modul potrivit de a comunica în diferite situații?

Cum pot analiza un mesaj media pentru a verifica dacă este adevărat, corect și de încredere?

Competențe:



Competențe generale B

(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

1.2 Să distingă între diferite tipuri de mesaje și forme de comunicare, reușind să le utilizeze adecvat în funcție de contexte și de solicitări;

2. Analiză critică

- Să utilizeze într-o manieră reflexivă instrumentele de cercetare a mesajelor (comparare surse, interpretarea situațiilor, autentificarea informațiilor, distincția dintre fapte și opinii, plasare în contexte spațio-temporale adecvate) pentru a verifica validitatea, credibilitatea și calitatea conținuturilor;

- Să detecteze mesajele încărcate de stereotipuri, prejudecăți, discriminare, reprezentările șablonate ale lumii înconjurătoare.

Obiective:

La finalul activității elevii vor fi capabili:



O.1 Să definească conceptul de persuasiune.

O.2 Să verifice credibilitatea unei informații prin raportare la cel puțin 2 surse diferite și să formuleze o concluzie argumentată.

O.3 Să identifice și să diferențieze cel puțin 3 tipuri de mesaje media pe baza unor exemple date.

5. Limbajul persuasiunii



Persuasiunea este „super-puterea” prin care încerci să-l convingi, folosind cuvinte și idei bune, să facă ce vrei tu – dar atenție, fără să-l cerți sau să-l obligi!



Mesajele de persuasiune au rolul de a convinge publicul să acționeze într-un anumit mod sau să creadă ceva.

Acestea apar des în mass-media, fiind utilizate mai multe tipuri de discurs în funcție de diverși creatori de conținut: publicitate (ne convinge să cumpărăm ceva), propagandă (ne convinge să acceptăm o anumită viziune sau idee) sau manipulare.

Persuasiunea este bună sau rea. Caracterul ei pozitiv este dat de intenția creatorului de conținut.

Cunoscând tehnicile de persuasiune putem identifica mesajele care ne sunt adresate și putem decide în cunoștință de cauză legitimitatea acestora.



În funcție de mecanismul utilizat tehnicile de persuasiune se împart în trei categorii:

- Tehnici care apelează la emoții (asocierea unei idei sau unui serviciu cu o emoție intensă pozitivă sau negativă sau chiar cu umorul).
- Tehnici care folosesc protagoniștii mesajelor (mesaje transmise de oameni care au putere de convingere, experți, oameni frumoși sau celebri).
- Tehnici care apelează la gândire prin unghiuri de abordare diverse (oferte de nerefuzat sau mesaje repetitive care au rolul de a ne rămâne în minte multă vreme).



Tehnicile de persuasiune sunt foarte rar folosite separat. Mai multe tehnici pot să apară în același mesaj, făcând uneori identificarea și separarea lor mai dificilă.

apel la ideea de oameni simpli

6.1 Deconstrucția mesajelor



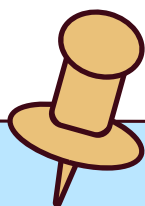
Întrebări esențiale:

Cum pot analiza un mesaj pas cu pas pentru a înțelege ce vrea cu adevărat să transmită?

De ce este important să verific informațiile din mai multe surse înainte să le cred sau să le folosesc?

Cum pot folosi media într-un mod echilibrat și responsabil în viața de zi cu zi?

Competențe:



Competențe generale B

(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

A.1.3 Să identifice surse de încredere și să le acceseze pe cele credibile și sigure, să știe să filtreze conținuturile relevante pentru vârsta și capacitatea proprie de înțelegere;

B.1.5 Să analizeze produsele media în scopul înțelegerii modalităților în care acestea sunt construite și să dezvolte o percepție adecvată a semnificațiilor transmise;

B.1.6 Să înțeleagă relațiile dintre mijloacele de comunicare și publicul lor, dintre mass-media, tehnologie și informație;

D.2.2 Să aplice regulile de explorare rațională a media pentru a avea un comportament adecvat și un consum mediatic echilibrat.

Obiective:

La finalul activității elevii vor fi capabili:



O.1 Se verifice credibilitatea informațiilor consultând cel puțin 3 surse diferite.

O.2. Să identifice elementele deconstrucției de mesaj.

O3. Să aplice schema de deconstruire a unui mesaj pentru situațiile date.

6.1 Deconstrucția mesajelor

Elementele deconstrucției de mesaj corespund următoarelor cinci întrebări:

a) AUTOR - Cine a creat acest mesaj? Toate mesajele sunt construite.

Fiecare mesaj creează o lume proprie, o reprezentare a realității, pe care autorul o structurează potrivit nevoilor și intențiilor sale. Înainte de a transmite un mesaj, autorul ia în considerare diferite perspective, formulări lingvistice, cadre sau fotografii etc., le selectează pe cele care servesc scopului său și trece mesajul printr-un proces repetat de editare.

b) FORMAT - Care sunt tehnicile creative folosite pentru a atrage atenția? Mesajele media sunt construite folosind un limbaj creativ și reguli specifice.

Fiecare mesaj are propriul său limbaj creativ, prin care autorul dorește să atragă atenția receptorului și să stârnească o anumită reacție. Prin limbaj creativ, ne referim la formatul ales și la tehnicile folosite în crearea mesajului media.

Formatul diferă în funcție de canalul pentru care este creat mesajul (TV, radio, online, print etc.): imagine (statică - meme-uri, bannere sau dinamică - GIF-uri, galerii de imagini - carusel); video (scurt, lung, cu subtitrare sau fără, cu loop sau autoplay); audio; conținut interactiv etc.

Tehnici creative: alegerea culorilor; alegerea luminii (caldă/rece, difuză/puternică); alegerea unghiului și distanței din care se filmează (cadre strânse/medii/largi, filmat de jos în sus sau invers, filmare de sus, panoramă etc.); alegerea elementelor de decor; alegerea sunetelor/muzicii etc.

c) PUBLIC - Care este publicul vizat de mesaj? În ce mod poate fi înțeles diferit mesajul de către diferiți receptori?

Mesajele media sunt construite pentru un public anume, potrivit preferințelor sale, stilului de viață și obiceiurilor de consum media. Fiecare membru al publicului trece mesajele prin propria experiență, le corelează cu lucrurile învățate și le trece prin propriile valori, dând naștere unor interpretări unice.

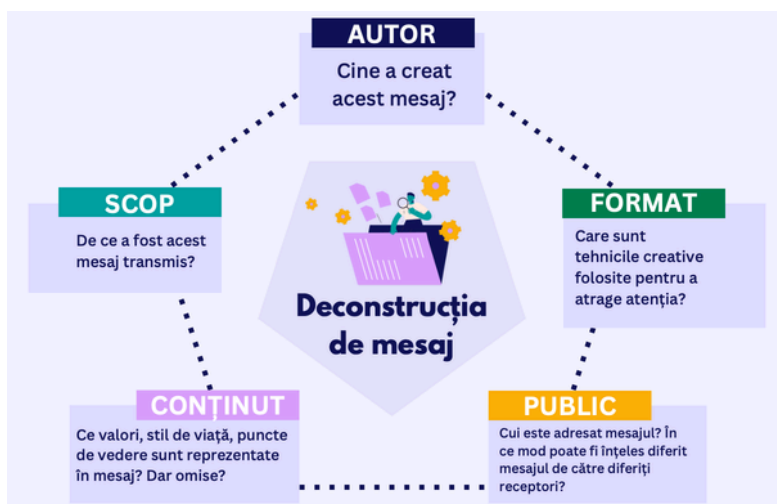
6.1 Deconstrucția mesajelor

d) CONȚINUT - Ce valori, stil de viață, puncte de vedere sunt reprezentate în mesaj? Dar omise?

Mesajele media transmit puncte de vedere, ideologii, viziunea despre lume a autorului. Produsele media poartă în subtext semnificații pe care autorul vrea să le transmită, viziuni despre care vrea să convingă receptorul și să obțină acordul lui. Ce vedem sau auzim în media sunt puncte de vedere care reflectă ideologii, stiluri de viață și viziunea despre lume a celor care stau în spatele mesajului.

e) SCOP - De ce a fost acest mesaj transmis? Mesajele sunt construite cu un motiv, au mereu un scop (financiar, influență, ambele).

- De exemplu, o reclamă are scopul clar, declarat, de a determina publicul să cumpere un anumit produs sau serviciu.
- Un material de PR urmărește să prezinte în mod favorabil o companie sau o acțiune a acesteia, chiar dacă această prezentare este părtinitoare și lasă pe dinafară fapte și date nefavorabile respectivei companii.
- Un material de campanie electorală urmărește să atragă voturi pentru partidul sau candidatul respectiv.
- O campanie socială vrea să promoveze un anumit stil de viață, considerat benefic („Beți 2 litri de apă pe zi”) sau să coaguleze sprijinul popular pentru ajutorarea unui caz dificil („Donați pentru micuțul X”).
- Materialele jurnalistice – știrile, reportajele, investigațiile, interviurile – au scopul de a informa și de a ilustra evenimente și fenomene din societate. Modul în care sunt construite, metodele folosite în articularea mesajului pot adăuga și alte straturi scopului informativ: atragerea atenției, coagularea unui suport public, ridiculizarea unui subiect sau personaj, coagularea unei mișcări de protest etc.
- Un YouTuber are atât scopul de a crea conținut relevant pentru comunitatea lui (influență), dar și scopul de a atrage suficient de multe vizualizări pentru a fi plătit de Youtube sau direct de companiile care vor să își facă publicitate pe canalul său.



6.2 Verificarea informației



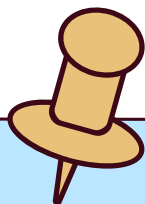
Întrebări esențiale:

Cum îmi dau seama dacă o informație este adevărată sau falsă?

Cum pot verifica o informație folosind mai multe surse diferite?

Cum aleg informațiile potrivite pentru vârsta mea și cum evit conținuturile nesigure sau înșelătoare?

Competențe:



Competențe generale B

(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

A.1.3 Să identifice surse de încredere și să le acceseze pe cele credibile și sigure, să știe să filtreze conținuturile relevante pentru vârsta și capacitatea proprie de înțelegere;

A.2.5 Să identifice sursele primare de informare;

A.2.6 Să verifice veridicitatea informațiilor și a surselor de proveniență; să facă distincție între informații științifice și pseudoștiințifice;

B.2.2 Să utilizeze într-o manieră reflexivă instrumentele de cercetare a mesajelor (comparare surse, interpretarea situațiilor, autentificarea informațiilor, distincție între fapte și opinii, plasare în contexte spațio-temporale adecvate) pentru a verifica validitatea, credibilitatea și calitatea conținuturilor.

Obiective:

La finalul activității elevii vor fi capabili:



O.1 Să verifice credibilitatea informațiilor consultând cel puțin 3 surse diferite.

O.2. Să identifice cele două strategii de căutare.

O3. Să compare sursele de informare și calitatea conținuturilor.

6.2 Verificarea informației

Verificarea informației nu trebuie să fie un proces complicat. Verificarea informației este despre exersarea gândirii critice.

Nu trebuie să plecăm cu gândul că verificarea informației are o rețetă sigură, o listă de pași ce trebuie parcurși, care ne vor conduce cu siguranță către un răspuns. Nu, de multe ori, chiar dacă investigăm și analizăm fiecare element atât separat, cât și în ansamblu, nu avem garanția că vom găsi răspunsuri la fiecare întrebare și nici că vom putea arăta cu exactitate de unde provine o informație falsificată, cine a plantat-o și în ce scop.

Verificarea informației trebuie să vină mai degrabă ca o reacție naturală pe care o avem în momentul în care detectăm deja din forma unui mesaj și din contextul în care apare că acesta ar trebui să ne ridice semne de întrebare. În general, emoțiile puternice (ne înfurie, ne fac să râdem, vrem să ne amuzăm de cineva/ceva) sunt un semnal că ar fi bine să verificăm informația respectivă.

Dacă o informație este destul de importantă încât să vrem să o dăm mai departe, atunci trebuie să o verificăm!

STRATEGII DE CĂUTARE PENTRU VERIFICAREA INFORMAȚIEI:



Căutarea verticală – presupune investigarea mesajului analizând elementele componente ale acestuia, încercând stabilirea gradului de credibilitate doar prin evaluarea informației conținute de mesaj. Spre exemplu, atunci când citim un articol sau o postare pe rețelele sociale, analizăm doar ceea ce este disponibil la o primă vedere: numele autorului/contului, forma și conținutul mesajului, reacțiile la mesaj etc.



Căutarea laterală – implică investigarea informației conținute de mesaj prin raportarea la surse externe și analiza din mai multe perspective. Cu alte cuvinte, începem să facem căutări în afara articolului sau postării, pe alte website-uri, investigând fiecare element din mai multe surse: autorul, informații menționate în articol, dacă acestea sunt sau nu prezentate corect etc.



6.2 Verificarea informației

REPERE PENTRU VERIFICAREA INFORMAȚIEI

- ✓ **EMOȚIE:** Mesajul îți provoacă emoții puternice (furie, frică, entuziasm)? Atenție, emoțiile îți pot influența gândirea. Mesajele false folosesc des emoții pentru a deveni virale.
- ✓ **PLATFORME DE FACT-CHECKING:** Verifică dacă informația a fost deja analizată. Multe știri false sau teorii ale conspirației sunt deja demontate pe site-uri de fact-checking.
- ✓ **SURSA ORIGINARĂ:** Caută aceeași informație și în alte surse. Încearcă să ajungi la prima variantă a mesajului pentru a vedea dacă este real.
- ✓ **AUTOR:** Verifică cine a creat mesajul. Uită-te la profilul, site-ul sau istoricul autorului pentru a vedea dacă este de încredere.
- ✓ **CANAL ȘI FORMAT:** Observă unde a apărut mesajul și în ce formă. Platforma și formatul (știre, video, meme) pot indica intenția autorului.
- ✓ **CONȚINUT:** Fii atent(ă) la titluri exagerate, informații scoase din context, experți falși sau date dubioase.
- ✓ **IMAGINI ȘI VIDEOURI:** Verifică dacă sunt reale sau modificate. Imaginile generate cu AI pot avea greșeli (fețe ciudate, mâini deformate). Poți folosi căutarea inversă a imaginii.
- ✓ **FAPTE ȘI OPINII:** Separă faptele de păreri. Verifică dacă informațiile sunt reale sau doar opinii.
- ✓ **CONTEXT:** Verifică momentul în care a apărut mesajul și în ce situație. Unele informații sunt scoase din context.
- ✓ **SCOP:** Gândește-te de ce a fost creat mesajul. Poate vrea să convingă, să manipuleze sau doar să atragă atenția.
- ✓ **PUBLIC:** Gândește-te cui se adresează mesajul. Oamenii pot înțelege diferit același mesaj, în funcție de experiențele și convingerile lor.



7. Securitatea online

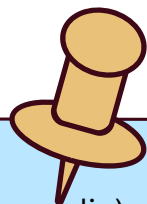


Întrebări esențiale:

Ce informații lăsăm pe internet, ce informații adună algoritmiile rețelelor despre noi? Ce se întâmplă cu datele noastre?

La ce riscuri mă expun din cauza amprenteii mele digitale și a modului în care experiența mea online este personalizată?

Competențe:



Competențe generale B
(Profilul de competențe de educație media)

Competențe specifice – La finalul activității, elevii vor fi capabili:

A.1.3 Să identifice surse de încredere și să le acceseze pe cele credibile și sigure, să știe să filtreze conținuturile relevante pentru vârsta și capacitatea proprie de înțelegere;

A.2.5 Să identifice sursele primare de informare;

A.2.6 Să verifice veridicitatea informațiilor și a surselor de proveniență; să facă distincție între informații științifice și pseudoștiințifice;

B.2.2 Să utilizeze într-o manieră reflexivă instrumentele de cercetare a mesajelor (comparare surse, interpretarea situațiilor, autentificarea informațiilor, distincția dintre fapte și opinii, plasare în contexte spațio-temporale adecvate) pentru a verifica validitatea, credibilitatea și calitatea conținuturilor.

Obiective:

La finalul activității elevii vor fi capabili:



O.1. Să definească conceptul de securitate online.

O.2. Să aplice reguli de prevenție pentru menținerea securității personale în mediul online.

O.3. Să identifice tipurile de pericole la care pot fi expuși în mediul online.

7. Securitatea online



În era digitală de azi, copiii și tinerii își petrec o parte semnificativă a timpului în mediul online, angajându-se în diverse activități, de la socializare pe rețelele de social media la jocuri online. Securitatea online înseamnă să te protejezi pe Internet, la fel cum te protejezi în viața reală. Nu toate persoanele de pe Internet sunt ceea ce par, iar unele pot avea intenții rele.

Datele personale sunt informații despre tine care NU trebuie distribuite oricui: nume complet, adresă, școală, număr de telefon, locuri frecventate, informații despre familie. ***Cu cât agresorii obțin mai multe informații despre copil de pe rețelele de socializare, cu atât cresc șansele ca tacticile lor să funcționeze.*** Uneori, folosesc informațiile pentru a aborda copilul și a pretinde că au multe în comun, iar alteori le folosesc pentru a-l amenința. Mai mult, pot afla unde se află copilul dacă observă școala la care merge, locul unde face sport sau alte activități similare, având astfel posibilitatea să îl abordeze direct.

Amprenta digitală reprezintă toate informațiile pe care le lași în urmă pe Internet: postări, comentarii, poze, like-uri sau căutări. ***Tot ce postezi poate rămâne online mult timp și poate fi văzut de alte persoane, chiar și de necunoscuți.*** De aceea, este important să te gândești înainte de a publica ceva și să alegi cu grijă ce vrei să fie vizibil despre tine.



Despre amprenta digitală aici: <https://www.youtube.com/watch?v=UONmu>



Parolele trebuie păstrate confidențiale și nu ar trebui împărtășite cu alte persoane, indiferent de relația de încredere. O parolă sigură este dificil de ghicit și combină litere mari și mici, cifre și simboluri. Este recomandat să folosiți parole diferite pentru fiecare cont și să evitați notarea lor în locuri accesibile sau nesecurizate.

Este important să discutați deschis cu familia sau cu persoanele de încredere despre activitatea din mediul online, despre conturile de socializare, conținutul pe care intenționați să îl publicați și interacțiunile pe care le aveți pe Internet. Dacă apare o situație care ridică semne de întrebare sau provoacă disconfort, cereți sprijin și îndrumare.



7. Securitatea online

Pozele provocatoare. Când un adolescent publică fotografii sau clipuri provocatoare, de exemplu unde este îmbrăcat sumar sau în costum de baie, unde scoate în evidență anumite părți ale corpului sau face alte gesturi cu tentă sexuală, acesta este un semn pentru agresorii sexuali online că probabil este mai deschis la acest subiect și că are nevoie de atenție și afecțiune, iar aceștia pot profita de acest lucru.

Învățăm copiii să nu trimită poze în privat. Regula costumului de baie: nimeni nu are voie să atingă un copil în zonele unde ar purta costum de baie. De asemenea, nimeni nu ar trebui să se uite la poze sau clipuri în care pot fi vizibile aceste părți.



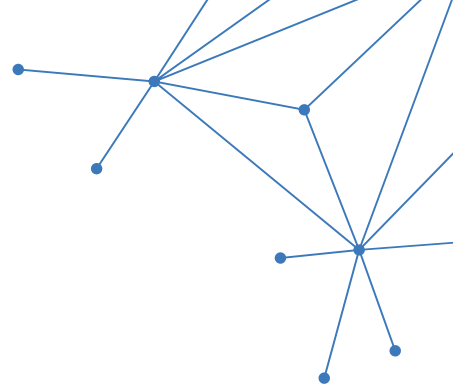
De asemenea, textele de genul „nu mă iubește nimeni” sau „îmi urăsc părinții” pot atrage persoane rău intenționate. Acestea pot încerca să profite de starea emoțională a copilului, oferindu-i atenție și înțelegere pentru a-i câștiga încrederea.

Mesaje la care copiii trebuie să fie atenți: „nu spune nimănui”, „este secretul nostru”, „doar pe tine te vreau”, „trimite-mi o poză”, „hai pe altă aplicație”, „părinții tăi nu trebuie să știe”. Acestea sunt semne de pericol și nu trebuie ignorate. **Copilul trebuie să blocheze persoana și să anunțe un adult de încredere.**

Atenție la lucruri care sunt prea frumoase pentru a fi adevărate. **Nu da click pe link-uri în care ești anunțat că ai câștigat un premiu și nu oferi niciodată date personale sau bancare.** Escrocheriile online încearcă să te păcălească prin grabă, promisiuni sau mesaje care par urgente.



Activități Kahoot



LIBERTATEA DE EXPRIMARE: <https://create.kahoot.it/share/libertate-de-exprimare/1d394201-b607-4a91-9b26-310f249fed33>

FAOTE ȘI OPINII: <https://create.kahoot.it/share/test-fapte-si-opinii/998d73cc-35c5-4438-9283-3ee30f54f202>

DECONSTRUCȚIA MESAJELOR: <https://create.kahoot.it/share/deconstructia-mesajelor/f01fe18d-ae86-4cd6-bce3-5d9862933edf>

VERIFICAREA INFORMAȚIEI: <https://create.kahoot.it/share/verificarea-informatiei/96d93cd9-4f44-453e-9925-0d0348704536>

VERIFICAREA INFORMAȚIEI: <https://create.kahoot.it/share/verificarea-informatiei2/081aa230-f214-4580-ae8a-d10621fbdbcf>



Referințe

- *Competențe generale*- Nedelcu Anca, Profilul de competențe ale cetățeanului media educat, Centrul de jurnalism independent- <https://cji.ro/profilul-de-competente-ale-cetateanului-educat-media/>
- Programa școlară pentru disciplina opțională, ELEMENTE DE EDUCAȚIE MEDIA DIGITALĂ, Clasa a VI-a, nivel gimnazial de învățământ- https://www.edu.ro/programe_scolare_op%C8%9Bionale_CDS_oferta_nationala_PROF
- Programul de educație media - <https://educatiemedia.cji.ro/>
- Cursuri opționale de educație media digitală pentru gimnaziu și pentru liceu- <https://educatiemedia.cji.ro/resurse/?e-filter-7522001-category=child-nivel-de-invatamant-gimnaziu>
- *Definiție media și mass media*- Media și mass-media | Prezentare <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/27/media-si-mass-media-prezentare/>
- Plan de lecție. Media și mass media- <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/27/media-si-mass-media-plan-lectie-2023/>
- Infuzarea educației media (Ghid de bune practici) <https://educatiemedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/>
- Ghid pentru infuzarea educației media la clasa a IX-a <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/14/ghid-pentru-infuzarea-educatiei-media-la-clasa-aix-a/>
- *Definiții fapte și opinii*- Fapte și opinii | Broșură <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/21/fapte-si-opinii-tip-sheet/>
- Biasuri cognitive (tipare de gândire) | Broșură <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/21/biasurile-tip-sheet/>
- *Tehnici de persuasiune*- Tehnici de persuasiune | Broșură pentru profesori <https://educatiemedia.cji.ro/2026/02/06/tehnici-de-persuasiune-brosura/>
- Informare și dezinformare în peisajul media actual | Ghid- <https://educatiemedia.cji.ro/2024/07/31/informare-si-dezinformare-in-peisajul-media-actual/>
- Verificarea informației | Broșură <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/21/verificarea-informatiei-tip-sheet/>
- *Căutare laterală și căutare verticală*- Verificarea informației | Prezentare <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/30/verificarea-informatiei-prezentare/>
- Verificarea informației | Plan de lecție <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/30/verificare-informatii-plan-de-lectie-2023/>
- Deconstrucția de mesaje | Plan de lecție <https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/27/deconstructia-de-mesaj-plan-de-lectie/>
- <https://eliberare.com/>
- Pachet Educațional de Prevenire a Traficului de persoane, a abuzului și exploatării sexuale online a copiilor <https://eliberare.com/pachet-educational-de-prevenire-a-traficului-de-persoane/>
- <https://www.edumi.ro/proiect/educatie-media-digitala-pentru-tinerii-din-romania>
- Securitate cibernetică <https://www.digitalcitizens.net/securitate-cibernetica/>
- Ghid practic de protecție digitală pentru utilizatori <https://sigurantaonline.ro/>



pentru un
viitor mai bun
în comunități

Sprijinit de:



Coordonat de:



ffcr

FEDERAȚIA
FUNDAȚIILE COMUNITARE
DIN ROMÂNIA

Implementat în județul Sibiu prin:



Sibiu



CASA NATURII